

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ БГУ

КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ НЕДВИЖИМОСТЬЮ

ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой

_____ Т. В. Борздова

«__» _____ 2014 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ НА ПРИМЕРЕ
ООО «ТВОЯ СТОЛИЦА»**

Выполнила

студентка 4 курса

специальности «Менеджмент»

_____ Я. Г. Метлушко

Научный руководитель

преподаватель кафедры

управления недвижимостью

_____ И. А. Колесникова

Рецензент

директор ООО «АЛИРАН-инжиниринг»

_____ А. В. Черников

Ответственный за нормоконтроль

доцент

_____ В. П. Киреенко

Минск 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1 ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НЕДВИЖИМОСТИ	5
1.1 Маркетинг в недвижимости: ключевые моменты	5
1.2 Задачи маркетинга на рынке недвижимости	5
1.3 Проблемы компаний в сфере маркетинга на рынке недвижимости	5
ГЛАВА 2 КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ ООО «ТВОЯ СТОЛИЦА»	5
2.1 Общая характеристика агентства недвижимости ООО «Твоя Столица».....	5
2.2 Анализ конкурентной среды агентства недвижимости ООО «Твоя Столица»	5
2.3 Особенности маркетинговой деятельности агентства недвижимости ООО «Твоя Столица»	32
ГЛАВА 3 МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АГЕНТСТВА НЕДВИЖИМОСТИ ООО «ТВОЯ СТОЛИЦА»	5
3.1 Стратегия развития маркетинговой деятельности.....	5
3.2 Предложения по улучшению развития маркетинговой деятельности в ООО «Твоя Столица» и ее совершенствование	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	55
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	5
ПРИЛОЖЕНИЕ А Матричная структура управления компании ООО «Твоя Столица».....	5
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Анкета потребителя группы компаний ООО «Твоя Столица».....	5

ВВЕДЕНИЕ

Становление и развитие рыночных отношений в экономике нашей страны связано в значительной мере с объектами недвижимости, которые выступают в качестве средств производства (земля, производственные, складские, торговые, административные и прочие здания, помещения и сооружения). Кроме того объектами недвижимости являются земельные участки, жилые дома, дачи, квартиры, гаражи, которые выступают в качестве предметов потребления [54, с. 44]. Объекты недвижимости, выступая в качестве основы общественного производства, являются базой хозяйственной деятельности, развития предприятий и организаций всех форм собственности. Недвижимость обладает особенностями товара, который продаётся и покупается, т.е. обращается на рынке [55].

Недвижимость выступает основой личного существования для граждан и служит базой для хозяйственной деятельности и развития предприятий и организаций всех форм собственности [4, с. 119]. В нашей стране происходит активное формирование и развитие рынка недвижимости и все большее число граждан, предприятий и организаций участвует в операциях с недвижимостью.

В целом, следует отметить, что рынок недвижимости в Республике Беларусь по историческим меркам еще очень молод. Начало его развития можно датировать серединой 1990 года, когда вместе с процессом приватизации появились первые легальные сделки по продаже квартир [56].

Переход к рыночным отношениям, связанный с появлением реальных хозяев средств производства, немыслим без развития рынка недвижимости.

Недвижимость – это наиболее фундаментальный, основательный товар из всех существующих, его нельзя похитить, потерять или сломать. Другое дело, что можно лишиться собственного недвижимого имущества против своего желания [3, с. 17]. Недвижимость является одним из немногих товаров, стоимость которых может возрастать с течением времени. Очень важной особенностью недвижимости является необходимость постоянного управления ею [18, с. 9].

В развитии рынка недвижимости не последнюю роль играет маркетинг. Главной целью маркетинга услуг можно назвать достижение максимально возможного высокого потребления предлагаемых услуг, что способствует увеличению прибыли, через удовлетворение покупательского спроса при высокой культуре обслуживания [70, с. 44]. Эта цель в равной степени важна

как для организаций и предприятий, так и для отдельных лиц, осуществляющих операции купли-продажи на рынке услуг.

Маркетинг должен обеспечивать предприятие новыми движущими идеями направления деятельности и высокоэффективного развития предприятия, а также вырабатывать стратегию и тактику воплощения достижения этих идей [11, с. 118]. В отличие от товара, который можно увидеть и потрогать, услугу сертифицировать и получить подтверждение ее высокого качества достаточно сложно и престижно. Правильная организация маркетинговой работы в агентстве недвижимости способствует росту его доходов, достаточно полному удовлетворению спроса населения и получению коммерческого успеха [2, с. 29].

В данной дипломной работе рассмотрена тема: Маркетинг рынка недвижимости на примере агентства недвижимости с организационно-правовой формой – общество с ограниченной ответственностью (ООО) «Твоя Столица», г. Минска. Подробно описана и проанализирована коммерческая деятельность данного предприятия.

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что современное устройство общества требует от всех его членов постоянно решать задачу по наиболее эффективному использованию имеющихся в их распоряжении ресурсов, в том числе на рынке недвижимости.

Цель настоящей дипломной работы – исследование маркетинга услуг на примере анализа коммерческой деятельности агентства недвижимости ООО «Твоя Столица» на базе основных экономических показателей и разработка маркетинговых мероприятий по совершенствованию деятельности ООО «Твоя Столица».

Для достижения этой цели в работе решаются следующие задачи:

- дать научно-практическое обоснование выбранной для рассмотрения темы;
- рассмотреть основные направления деятельности в сфере маркетинга недвижимости;
- осветить основные задачи маркетинга на рынке недвижимости;
- рассмотреть организацию коммерческой деятельности агентства недвижимости «Твоя Столица»;
- проанализировать конкурентную среду ООО «Твоя Столица» на рынке недвижимости;
- провести анализ маркетинга на рынке недвижимости на примере агентства недвижимости «Твоя Столица»;
- проанализировать экономические показатели деятельности агентства недвижимости «Твоя Столица»;

- предложить маркетинговые мероприятия по совершенствованию деятельности агентства.

Объектом исследования в настоящей дипломной работе является деятельность агентства недвижимости ООО «Твоя Столица».

Предметом исследования является современное состояние и перспективы развития маркетинга на рынке недвижимости на примере ООО «Твоя Столица».

Дипломная работа состоит из введения, научно-практического обоснования темы, на базе учебных и методических пособий, заключения, списка использованной литературы. В первой части работы дано научное обоснование выбранной темы, ее актуальность на сегодняшний момент времени. Вторая часть посвящена организации коммерческой деятельности агентства недвижимости ООО «Твоя Столица». В завершении проведенных исследований была построена третья заключительная глава. Данная глава была разработана по мере проведения предложенных мероприятий по совершенствованию деятельности предприятия. В заключение третьей главы была произведена оценка эффективности проведенных рекламных мероприятий в агентстве недвижимости ООО «Твоя Столица».

В данной работе применены аналитические методы, а именно: методы сравнения, группировки, балансовый и графический методы. Текст содержит систематизацию по всем основным вопросам дипломного проекта, а также большой объем рисунков, схем и графиков. Приложением к дипломной работе послужила документация рассматриваемого предприятия.

Значимость теоретических и практических разработок в данной работе позволит руководству агентства использовать предложенные мероприятия в практической деятельности, что приведет к повышению эффективности деятельности данной организации.

